ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОСІЙСЬКИХ МЕДІА ПРИ ВИСВІТЛЕННІ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

(Кізілова Д. О., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Рула Н. В., кандидатка філологічних наук, старша викладачка)
Бердянський державний педагогічний університет, м. Бердянськ, Україна

Сучасність не залишає вибору: для виживання та ефективного існування людина повинна мати інформацію про те, що відбувається безпосередньо навколо неї та у світі загалом. Якщо раніше за джерело знань слугувало те, що можна побачити особисто, то із плином часу знання, інформація набули ознак масовості. Новини значно доступніші, життя стає зручнішим та більш передбачуваним. Проте одночасно із розвитком медіа виникла цілком реальна можливість надавати повідомленням певного забарвлення, здійснювати вплив на читача чи глядача.

Мета дослідження – описати сучасні маніпуляційні технології впливу російських медіа на аудиторію під час висвітлення подій повномасштабного вторгнення їх країни на територію України.

Інформація повинна відповідати таким критеріям: актуальності, достовірності, вчасності, надійності, доступності, повноті, адекватності. Аудиторія хоче, щоб її інформували чесно, неупереджено і правдиво. Медіа почасти й працюють згідно з цим твердженням: більшість інформації може здаватися, на перший погляд, і правдивою, і неупередженою, транслювати погляди, відповідні певним інтересам суспільства. Проте потрібно постійно перевіряти, аналізувати медіаповідомлення на правдивість, наявність / відсутність маніпуляцій.

За визначенням В. Лойко, маніпуляція – це програмування суспільних думок, настроїв і психічного стану для забезпечення тієї поведінки, яка є вигідною маніпулятору [1, с. 180]. В інструментарії медіа багато способів і методів маніпуляції громадською думкою та свідомістю; така маніпуляція має виняткове негативне значення.

В. Іванов, О. Волошенюк у підручнику «Медіаосвіта та медіаграмотність» описують функцію мас-медіа – так звану підтримку у масовій свідомості домінантної в суспільстві моделі світу. Ця модель, на думку вчених, складається із представлення героїв, чіткого розподілу вчинків на правильні та неправильні та з інформаційного порядку денного як центрального поняття керування масовою свідомістю. Саме такий перелік новин, подій опиняється на перших шпальтах і саме за основне місце в інформаційному порядку денному йде постійна боротьба [3, с. 284].

Виділяють такі способи маніпуляції думкою: спіраль мовчання, метод фрагментації (білий шум), маніпуляція соціологією (опитування громадськості або створення рейтингів), метод копченого оселедця (відволікання), історичні аналогії, ефект присутності та навішування ярликів тощо.

Спіраль мовчання. Уперше цю модель запропонувала німецька соціологиня та політологиня Е. Ноель-Нойманн. Модель стосується процесу висловлення та поширення громадської думки: якщо запросити до слова представника меншості,

то слухачі, перебуваючи у більшості за певною ознакою, почуватимуться в меншості й мовчатимуть, і навпаки. [3, с. 285].

Метод фрагментації. Він полягає саме у тому, що фрагментувати, відділити одні новини від інших практично неможливо. Білий шум, як іще називають метод, може бути спричинений значною кількістю протилежних за змістом коментарів, в основі яких лежать недостовірні твердження. Також характерний супровід фактів заскладною термінологією. Складні визначення диктують наратив, що у тій чи іншій ситуації може розібратися лише фахівець, пересічній людині намагатися розбиратися не варто.

Маніпуляція соціологією. Яскравий приклад – опитування тієї аудиторії, що заходиться безпосередньо в студії: думка групи не може бути відповідною думці суспільства країни. До того ж ця група знаходиться під тиском слів і подій в студії. Глядацька аудиторія притримуватиметься наведеної у ток-шоу соціології [3, с. 292].

Метод копченого оселедця. Застосовується тоді, коли надважливе повідомлення неможливо приховати. Назву метод отримав завдяки політтехнологам: новини підбирають так, щоб аудиторія втратила пильність (за аналогією до запаху копченого оселедця, що збиває нюх собаки). У такому випадку сенсацією стає не надважливе, а те, що «оточує» читача/глядача/слухача в новинному випуску. Ціль методу – створити таку альтернативу, аби головне здавалося неактуальним.

Історичні аналогії. Метод передбачає порівняння подій, явищ, процесів, певних етапів з опертям на минулу історичну реальність, має на меті пояснення одного на прикладі іншого. Вибір такого прикладу є суб'єктивним, а як випереджувальна інформація (передбачення) наводяться показники якості аналога.

Ярлики. Спосіб маніпуляції думкою, який полягає у своєрідній інтерпретації подій, упередженому мовленні емоційно негативного характеру. Використовують зазвичай як найменування особи чи групи осіб, націй, подій, явищ, процесів тощо. На думку Т. Трачук, ярлики можуть подаватися аудиторії як перекручена інформація, що наповнена коментарями, гіпотезами, конспірологічними версіями [5, с. 101].

Ефект присутності. Містить декілька складників, що мають імітувати реальність. Застосовують як фабрикацію місця чи часу зйомки, запису певного сюжету. Широко поширений у рекламній індустрії, коли актори мають роль пересічних громадян [2, с. 21].

Із трьох просторів – фізичного, інформаційного та віртуального – інформаційний використовується для впливу на фізичний. Це можна назвати соціальними змінами – введення у суспільство нового типу поведінки способом зміни інформаційної поведінки [3, с. 288].

Яскраво ілюструють поширені маніпуляційні технології сьогодні російські медіа при висвітленні подій повномасштабного вторгнення їхньої країни на територію України. Проаналізуємо для прикладу риторику пропагандистки Скабєєвої – російської журналістки, телеведучої ток-шоу «60 минут». Зокрема при перегляді її телеграм-каналу *Скабеева* (відповідника згадуваного вище ток-шоу) чітко можна прослідкувати такий метод впливу на аудиторію як білий шум.

Стрічка каналу рясніє повідомленнями; із 24 лютого 2022 року новини з'являються із коротким інтервалом. До того ж оригінальна програма виходить телеефіром двічі на день – дві з половиною години вдень і ввечері.

Спіраль мовчання. Слово надається тільки прокремлівським експертам та політикам, в описі реакції українців – тільки про «зустріч із квітами» та складену зброю українських військових. Висвітлюється лише думка меншості аби досягти правильного сприйняття подій глядачем, тобто росіянами.

Опитування громадськості. 5 березня 2022 року було опубліковано рейтинг «схвалення роботи путіна» зі зростанням із 64.3% до 70.4%, показником довіри –з 67.2% до 73%. Скабєєва уточнює, що таке зростання зумовлено подіями в Україні. Однак більше інформації про ставлення до влади за інший період не наведено. Також 17 березня 2023 року російська пропагандистка розміщує в телеграмі досить лаконічний пост «Твиттер за Путина» і на підтвердження своїх слів подає скріншот зі стрічки британського політика Д. Куртена, який провів опитування в твіттері, хто з президентів кращий: Байден, Путін, Зеленський, Макрон. 85,7% респондентів проголосували за Путіна. Зауважимо, що у стрічці цього політика розміщений пост від 18 березня 2023 року: *Це абсолютно смішно, коли Міжнародний кримінальний суд видає ордер на арешт президента Путіна за вивезення 17 тисяч дітей із зони бойових дій. Водночас Буш, Бліар, Зеленський, Нуланд, Гейтс, Фаучі, Байден, Трюдо, Джонсон, Хенкок тощо продовжують вільно бродити*.

Відволікання або метод копченого оселедця. Звільнення Київської області тривало із 24 лютого по 2 квітня 2022 року. У цей час канал Скабєєвої транслює повідомлення про ціни на газ у Європі, санкції, промови та зустрічі російських дипломатів, погрози, так звані успіхи РФ на фронті, стан Шойгу, цитати Путіна про русофобний Захід, проте згадка про відхід військ виходить лише 5 квітня 2022 року.

Коли відбувалося звільнення українськими військовими Харківської області, російська пропагандистка мовила про союзників Росії, псевдореферендуми, удари по території півострова Крим, бої за Херсонщину, розширення НАТО, поставки допомоги Заходу, холодну зиму; рідко між цими повідомленнями були лаконічні згадки про перекидання російських військ на харківський напрямок (9 вересня 2022 року), вихід РФ з області (10 вересня 2022 року).

Історичні аналогії. Скабеева в телеграм-каналі почасти вдається до цитування президента країни-агресора. Зокрема, в одному з постів російська пропагандистка звертає увагу на промову Путіна, присвячену річниці Сталінградської битви; у промові йдеться про значення цієї битви та наявна аналогія із сьогоденням: *Ідеологія нацизму у сучасному вигляді є прямою загрозою існуванню нашої країни … нам знову погрожують німецькими танками Леопард*. У повідомленні про знищення в Україні підручників російською мовою наявна аналогія на дії нацистів: *В Україні знищують підручники російською, здається, те саме робили нацисти, але «нацизму в Україні немає»*.

Ефект присутності. Відоме відео щодо візиту міністра оборони Росії Шойгу в зону ведення бойових дій на Донбасі було висвітлено чи не в усіх пропагандистських каналах інформування. Проте Центр стратегічних комунікацій опублікував повідомлення про наказ Міністерства оборони Росії про

«правильне висвітлення» війни та, передусім, похвалу Шойгу та командувача окупаційними військами Герасимова. Багато постів від 19 березня 2023 року в телеграм-каналі Скабєєвої присвячені нібито приїзду Путіна до Маріуполя, об'їзду міста із наголошуванням на тому, що сам кермував авто, зустрічі з маріупольцями (*Пошел к людям в гости*).

Навішування ярликів. Цитата промови Путіна від 5 жовтня 2022 року: *Можливо і не було б ось сьогоднішнього конфлікта, якби не спроби деяких сил в самій Україні та на Заході виправити історію, … якби не було звеличення тих, хто співпрацював із Гітлером … у випадку із Україною, їх возвеличують, піднімають на п'єдестал, дозволяють проводити багатотисячні факельні ходи у центрах найбільших міст* (переклад – Д. К.).

У телеграм-каналі є повідомлення про офіційний дозвіл на використання нацистської символіки на військовій формі Збройних Сил України. Опубліковано відео із нібито мовою швейцарського політика Р. Коппеля: *Стало відомо, що в Україні офіційно дозволена нацистська символіка на військовій формі. У це просто неможливо повірити! Ось такий він, захист європейських цінностей.*

Отже, російські медіа широко використовують популярні та ефективні маніпуляційні технології формування громадської думки, створюючи вигідну владі картину реальності у свідомості росіян.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лойко В. До питання маніпуляції суспільною свідомістю у політичному дискурсі ЗМІ. *Вісник Житомирського державного університету*. 2011. № 57. с. 179–181.

2. Мартиненко І. Сучасні медіа маніпуляції: механізми та інструменти протидії. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2021. 79 с.

3. Медіаосвіта та медіаграмотність / Ред.-упор. В. Іванов, О. Волошенюк; наук. ред. В. Різун. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.

4. Скабеева. URL: https://t.me/skabeeva

5. Трачук Т. Особливості використання маніпулятивних прийомів у російських суспільно-політичних ток-шоу. *Молодий вчений*, 2019. Вип. 11 (75), С. 101–105.